

**Gláucia da Silva
Mendes**

Jornalista, mestre em
Comunicação e Identi-
dades pela Universidade
Federal de Juiz de Fora
(UFJF). Doutoranda em
Comunicação e Cultura
da Universidade Federal
do Rio de Janeiro, Rio
de Janeiro, RJ, Brasil.
E-mail: [gs_mendes@
yahoo.com.br](mailto:gs_mendes@yahoo.com.br). Currículo
Lattes: [http://lattes.cnpq.
br/7083171879576131](http://lattes.cnpq.br/7083171879576131).

**A construção da notícia
sob a ótica etnográfica:
contribuições da antropologia
para os estudos de jornalismo**

**Newsmaking from an
ethnographic perspective:
contributions
of Anthropology to
Journalism studies**

**La construcción de las noticias a
partir de la perspectiva
etnográfica: contribuciones de
la antropología a los
estudios del periodismo**

RESUMO

Desvendar as inúmeras facetas da construção da notícia consiste em uma tarefa multidisciplinar. Seu estudo reúne reflexões de áreas como a ciência política, a sociologia, a economia política e a crítica literária. O presente artigo tem o propósito de coligir as contribuições proporcionadas a esses estudos pelo campo nascente da Antropologia da Comunicação. A partir de uma breve apresentação de trabalhos acadêmicos desenvolvidos em cursos de pós-graduação em Antropologia do Brasil, almeja-se evidenciar como a pesquisa etnográfica pode ajudar a compreender o processo de produção noticiosa.

Palavras-chave: Antropologia da Comunicação. Etnografia. Construção da notícia.

ABSTRACT

The uncovering of the many facets of newsmaking consists of a multidisciplinary task. This study brings together reflections from areas such as political science, sociology, political economy, and literary criticism. This paper aims at collecting contributions to these studies provided by the nascent field of Anthropology of Communication. From a brief presentation of scholarly papers developed in Anthropology graduate programs in Brazil, it seeks to show how ethnographic research can help understand the process of newsmaking.

Keywords: Anthropology of Communication. Ethnography. Newsmaking.

RESUMEN

Descubrir las múltiples facetas de la construcción de la noticia es una tarea multidisciplinaria. Su estudio reúne las reflexiones de áreas como la ciencia política, sociología, economía política y la crítica literaria. Este artículo pretende recoger aportaciones a estos estudios proporcionados por el naciente campo de la Antropología de la Comunicación. A partir de una breve presentación de algunos trabajos científicos desarrollados en cursos de postgrado en Antropología en Brasil, su objetivo es mostrar cómo la investigación etnográfica puede ayudar a entender el proceso de producción de noticias.

Palabras clave: Antropología de la Comunicación. Etnografía. Construcción de las noticias.

Submetido em: 8.9.2011

Aceito em: 9.8.2012

Introdução

A notícia é uma instância de significação constituída de forma complexa, em cuja produção inter-vêm agentes e forças sociais diversas (cf. TRAQUINA, 2004). Jornalistas, fontes, empresas de comunicação e receptores interagem em um amplo processo social, desencadeando uma luta simbólica pela construção de sentidos sobre o mundo que conta com a interferência de fatores como os imperativos econômicos e políticos, as narrativas sociais e a cultura jornalística.

Desvendar as inúmeras facetas do modo como esse relato sobre o atual é construído constitui-se, em virtude disso, em tarefa multidisciplinar. Somam-se, em seu estudo, reflexões de áreas como a ciência política, a sociologia, a economia política e a crítica literária. Começam a despontar, também, pesquisas antropológicas voltadas especificamente ao estudo do mundo dos jornalistas ou de seu *habitat* (as redações).

Embora elas ainda sejam pouco expressivas quantitativamente, acredita-se que tragam contribuições qualitativas importantes para o estudo do processo de construção das notícias. Por esta razão, o presente artigo propõe-se a realizar uma breve apresentação de trabalhos acadêmicos que versem sobre o fazer jornalístico, desenvolvidos em cursos de pós-graduação em Antropologia do Brasil. São foco desta exposição

as dissertações *O mundo dos jornalistas* (2011), de Isabel Travancas, *A construção da notícia em dois jornais cariocas* (1998), de Sílvia Pereira, e a tese *Notícias da violência urbana* (2010), de Edilson da Silva.

Tendo em vista o propósito de evidenciar como a antropologia pode ajudar a desvelar o complexo processo de construção noticiosa, discorreremos, inicialmente, sobre aquele que constitui o cerne das pesquisas realizadas por esta área do saber – o trabalho de campo etnográfico –, evidenciando suas especificidades e limitações.

A pesquisa etnográfica: descrição densa do ponto de vista dos “nativos”

Definidora do trabalho de campo antropológico, a etnografia consiste em um esforço intelectual que Geertz (1989) caracteriza como uma “descrição densa”. Em busca dos significados subjacentes à cultura de uma coletividade, ela procura desvelar a hierarquia estratificada de estruturas significantes existentes por trás das ações e dos gestos de seus membros.

O que o etnógrafo enfrenta de fato [...] é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e inexplícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar. [...] Fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de “construir uma leitura de”) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 1989, p. 20).

Os estudos etnográficos têm como finalidade captar “o ponto de vista dos nativos”. Isto não impli-

ca dizer que o pesquisador seja capaz de perceber o mesmo que seus informantes. De acordo com Geertz (2000), o que ele apreende é o “com que”, “por meio de que” ou “através de que” os outros percebem. Ele constrói explicações sobre as explicações dos outros a partir da análise de suas formas simbólicas.

Neste processo, a interpretação do pesquisador assume papel proeminente. A Antropologia não é uma ciência experimental em busca de leis, mas um campo do saber que opera com a subjetividade. Por conseguinte, sustenta Velho (1987), o envolvimento do etnógrafo com o objeto e o aspecto interpretativo dos resultados não deve ser visto como falha da pesquisa.

Segundo Cardoso (1986), reconhecer essa particularidade da etnografia é necessário para evitar o mal-estar experimentado por muitos pesquisadores. Causado pela insegurança quanto aos limites da participação e da objetividade, tal sentimento deriva da ausência de uma crítica teórico-metodológica consistente: embora as formas de investigação etnográficas sejam admitidas, concebem-se os dados como objetividades independentes da interação pesquisador/pesquisado.

A aceitação da subjetividade, no entanto, não deve ser confundida com engajamento. Neste caso, o pesquisador transforma-se em porta-voz do grupo. Produz não um conhecimento científico, mas um discurso ideológico. Encara a relação intersubjetiva não como uma forma de aproximação que permite desvendar sentidos ocultos, mas como uma relação política que conduz ao denunciismo.

Apesar de interpretativa, a etnografia requer o estranhamento do grupo estudado. Apreender os significados de uma cultura implica, nos termos de

Da Matta (1978), transformar o exótico em familiar e o familiar em exótico. Quando a coletividade é socialmente distante, o antropólogo deve aproximar-se intelectualmente para captar seu ponto de vista. Se, ao contrário, o objeto de estudo lhe é próximo, deve desligar-se emocionalmente para estranhar o que se encontra petrificado em costumes e práticas que lhe são comuns.

Embora esteja no cerne da etnografia, a interpretação não é suficiente para captar o “espírito dos nativos”. Malinowski (1980) considera que o pesquisador deve também valer-se de métodos particulares. Em primeiro lugar, deve proceder à descrição da organização social e à documentação estatística e exaustiva das variações dos fenômenos. Por intermédio dessa etapa, obtém-se o esqueleto da sociedade e da cultura em questão, identificando suas regras e regularidades.

Tal estrutura deve ser complementada pelo exame do modo como os costumes são socialmente encenados. O comportamento dos membros ao seguirem as normas estabelecidas, o contexto em que acontecem e as exceções dos fenômenos precisam ser documentados mediante observações detalhadas. Estes “imponderáveis da vida real” constituem a carne e o sangue da coletividade e, em sua coleta, a sensibilidade do pesquisador desempenha importante papel.

Registrados os imponderáveis da vida, resta captar a mentalidade coletiva. Por meio de declarações etnográficas, de expressões típicas e mesmo do estudo das formas assumidas pela linguagem nativa, o pesquisador deve fazer emergir as maneiras estereotipadas de pensar e sentir associadas às instituições e à cultura de uma comunidade.

Obter tais dados por meio de técnicas de pesquisa que dependam da verbalização consciente dos informantes é quase impossível. Por esta razão, Malinowski (1980) define que o antropólogo deve realizar a observação participante e estabelecer um contato prolongado com o grupo que o permita captar, em primeira mão, os eventos sociais. Como duração mínima do trabalho de campo, propõe o período de um ano, correspondente ao tempo médio de duração do ciclo produtivo completo das comunidades rurais.

Nos estudos etnográficos dos processos jornalísticos, esse tempo tem sido redimensionado em virtude do curto ciclo de produção da notícia. Como bem destaca Tuchman (apud TRAQUINA, 2004), a atividade jornalística é um ritual diário pressionado pela "hora de fechamento". Tendo esta realidade em vista, Vizeu (2010) sugere que a observação participante das rotinas de produção da notícia dure em média um mês, reproduzindo o mínimo do quadro normal de uma redação – englobando, por exemplo, plantões de fim de semana, feriados e a ocorrência dos mais diversos tipos de notícias.

Antropologia Urbana e a construção do campo da Antropologia da Comunicação

Concebida, inicialmente, para ser aplicada ao estudo de comunidades distantes, a etnografia é hoje empregada, também, na compreensão das especificidades culturais de grupos de nossa própria sociedade. Pertencentes ao ramo da Antropologia Urbana, tais investigações tiveram início a partir da percepção de que a cidade cria um ambiente cultural particular e diverso para a existência humana.

Em contraste com o meio familiar e o pequeno povoado, a cidade produz uma multiplicidade de estímulos que afetam a percepção e a sociabilidade. Um dos primeiros a observar este fenômeno, Simmel (1967) afirma que a mudança brusca e ininterrupta de imagens produzidas pela multiplicidade da urbe moderna provocou tal intensificação dos estímulos nervosos que o aparelho sensorio humano tornou-se incapaz de reagir com a energia apropriada, desenvolvendo uma atitude *blasé*.

A essência da atitude *blasé* consiste no embotamento do poder de discriminar. Isto não significa que os objetos não sejam percebidos [...] mas antes que o significado e valores diferenciais das coisas, e daí as próprias coisas, são experimentados como destituídos de substância (SIMMEL, 1967, p. 16).

O fenômeno produziu reflexos no modo de sociabilidade. As relações íntimas investidas de emoção, dominantes no campo, cederam espaço a formas de convivência racionais. As pessoas passaram a ser vistas como números, e suas qualidades singulares tornaram-se destituídas de importância. O anonimato transformou-se em uma marca da vida metropolitana.

A mudança, contudo, foi paradoxal. Se, por um lado, esse ambiente promoveu a impessoalidade, por outro significou uma oportunidade até então sem igual para o desenvolvimento de subjetividades altamente pessoais. Enquanto, nas formações coletivas precedentes, o indivíduo era restringido em suas potencialidades pela união do grupo, na metrópole a atenuação da unidade possibilitou maior liberdade para a construção do "eu".

Embora considere que ainda hoje a cidade produza tais efeitos hostis, Caiafa (2007) sustenta que

o meio urbano também é tido como um polo de atração humana e abertura para outros mundos. De acordo com a autora, a cidade é um ponto de convergência de trajetórias, constituído por intermédio do nomadismo; ela configura-se como um espaço de exterioridade, acolhendo os estrangeiros e fazendo do estrangeirismo um devir, mesmo para os que estão em casa.

Tal meio gera uma inquietude que faz desejar ir além do reconhecimento das pequenas vizinhanças, sair às ruas e experimentar novos lugares. Promove, assim, uma dessegregação, mesmo que provisória e local, a partir da ocupação coletiva. Cria um espaço de contágio com outros e estranhos, no qual se torna possível experimentar a alteridade.

Esses desconhecidos com quem cruzamos na rua [...] nos fazem vislumbrar a possibilidade de outras experiências, outra vidas diferentes da nossa: outros mundos [...]. O que não vejo é visível para outrem e constitui todo um mundo de potencialidades e virtualidades para mim. Outrem inclui essas margens na minha experiência. (CAIAFA, 2007, p. 92).

É por intermédio da comunicação que esses mundos possíveis adquirem realidade. Em virtude disso, a Antropologia Urbana tem voltado seu olhar, cada vez mais, para os fenômenos comunicacionais típicos da cidade, dentre os quais se destacam os meios de comunicação de massa.

Embora não seja recente, o interesse da Antropologia pelos meios de comunicação demorou a tornar-se sistemático. No início do século XX, a Escola de Chicago já destacara a importância da mídia para os modos de sociabilidade citadinos – em estudos

que inseriam a comunicação na chamada "Ecologia Humana", ciência destinada ao estudo das constelações típicas de pessoas e instituições da urbe (cf. PARK, 1967). Contudo, poucos e esparsos foram os estudos que sucederam estas primeiras iniciativas.

Enquanto a Antropologia pouco se dedicava ao estudo dos meios de comunicação, outras áreas o faziam, valendo-se de seus procedimentos. Na década de 1970, a sociologia da cultura propiciou um salto qualitativo aos estudos de jornalismo a partir da incorporação da etnografia. Traquina (2004) relata que a inovação colocou em relevo a dimensão cultural da notícia, destacando a importância, em sua produção, de fatores como a ideologia e as rotinas compartilhadas pelos jornalistas.

A notícia passou a ser vista como uma construção social. De acordo com Schudson (1995, p. 20, tradução nossa), "as histórias dos jornais ou dos telejornais transformam um evento ou uma declaração em uma forma cultural chamada notícia", cujo poder reside "não somente (e nem mesmo primariamente) em seu poder de declarar as coisas como verdadeiras, mas em seu poder de prover as formas nas quais as declarações aparecem" (idem, p. 54, tradução nossa).

Expoente desses estudos etnográficos, Gaye Tuchman tem contribuído para a compreensão do modo como se estruturam tais histórias sobre o real. Em uma de suas observações participantes, foca um elemento-chave da notícia: a objetividade. A socióloga evidencia que os jornalistas realizam uma série de procedimentos operativos como parte de um ritual estratégico cuja finalidade é assegurar a objetividade de seus relatos e evitar, assim, os riscos inerentes à profissão (TUCHMAN, 1993).

Tuchman também analisa a rotinização da atividade jornalística, chamando atenção para sua relevância no processo de construção das notícias. Observa que, pressionadas pela "hora de fechamento", as empresas jornalísticas buscam impor ordem no tempo e no espaço formando uma rede de captação de notícias. Para a pesquisadora, tal procedimento leva à dependência de canais de rotina, definindo os acontecimentos passíveis, ou não, de se tornarem notícia (cf. TRAQUINA, 2004).

Até então, não era possível afirmar a existência de uma "Antropologia dos meios de comunicação de massa". A situação só se alterou nos anos 1990, quando a comunicação tornou-se um ramo da Antropologia Urbana. A mudança ocorreu em função de rupturas no campo.

À medida que os antropólogos têm lutado para definir o que está incluído dentro da área legitimada do estudo da "cultura" e dentro da privilegiada chancela de uma "disciplina", tem havido um dramático aumento do interesse de estudar os meios de comunicação de massa (SPITULNIK, 1993, p. 293).

Ainda predominam na área, estudos que centram sua atenção nos textos midiáticos. Mas esse enfoque já vem sendo pluralizado a partir de etnografias junto a produtores e públicos. Neste universo, começam a despontar pesquisas sobre as instituições de mídia e de seus membros.

Más recientemente los antropólogos también han prestado atención a los productores y han observado tanto las divisiones entre diferentes creadores como sus diferentes relaciones con las entidades dominantes en el plano político o ideológico. (DICKY, 1997, p. 5).

No Brasil, pesquisas dessa natureza também são incipientes. Em um levantamento das produções de três programas de pós-graduação em Antropologia do país¹, desde a fundação destes até março de 2008, Travancas (2008) verifica que, além de pouco expressivas², a maioria das pesquisas sobre comunicação ainda centra a atenção nos textos. Apenas algumas incorporam a etnografia, e somente quatro para pensar as instituições midiáticas e seus membros.

Realizamos, a seguir, uma breve exposição de três trabalhos que versam sobre esta temática. Um deles é a dissertação *O mundo dos jornalistas* (2011), na qual Isabel Travancas procura traçar a identidade dos jornalistas a partir de entrevistas com profissionais da área e da observação de suas rotinas de trabalho. Discorremos, também, sobre a dissertação *A construção da notícia em dois jornais cariocas* (1998), em que Sílvia Pereira acompanha o processo noticioso em dois jornais do Rio de Janeiro para apreender as práticas sociais e as relações pessoais que se desenvolvem no âmbito das redações. Por fim, também a tese *Notícias da violência urbana* (2010), na qual Edilson da Silva analisa a representação da violência urbana construída por um grande jornal carioca.

A construção da notícia sob a ótica da Antropologia

Segundo Da Matta (1987), as relações sociais no espaço urbano brasileiro baseiam-se em uma gramática temporal e espacial múltipla, podendo assumir feições distintas de acordo com as situações e

¹ Museu Nacional (UFRJ), Universidade de Brasília (UNB) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

² Do total de 775 dissertações e 222 teses, apenas 22 dissertações e 5 teses têm como objeto a comunicação.

as pessoas nelas envolvidas. Elas podem apresentar traços racionais e impessoais, serem marcadas por simpatias e lealdades pessoais ou ambos ao mesmo tempo. Denominadas, respectivamente, “rua”, “casa” e “outro mundo”, tais formas de se relacionar consistem em visões de mundo que não se restringem a espaços específicos.

na gramaticalidade dos espaços brasileiros, rua e casa se reproduzem mutuamente, posto que há espaços na rua que podem ser fechados ou apropriados por um grupo, categoria social ou pessoas, tornando-se sua “casa”, ou seu “ponto” [...]. Mas, assim como a rua tem espaços de moradia e/ou ocupação, a casa também tem seus espaços “arruados” (DA MATTA, 1987, p. 59-60).

Travancas (2011) considera que as relações entre “casa” e “rua” podem ser vislumbradas na prática jornalística brasileira. O jornalista tem sua atividade caracterizada por relações impessoais e por um ar *blasé* diante dos acontecimentos. Imbuído do individualismo próprio do mundo metropolitano, busca construir uma subjetividade pessoal, em que prestígio e *status* figuram como sinais distintivos.

Marcado por uma forte adesão ao trabalho, que conduz à sujeição de outros aspectos de sua vida, o jornalista, no entanto, exerce sua profissão num espaço em que as fronteiras entre “rua” e “casa” se esvaecem. É comum seu ambiente familiar ser invadido pelo trabalho, por exemplo, mediante chamados para coberturas de última hora. Não menos comum é a redação adquirir um clima de “casa”, a partir do estabelecimento de relações pessoais com os colegas.

A dúbia composição que adquire a redação, a partir de tensões e complementaridades entre a “rua”

e a “casa”, é fundamental para compreender o comportamento desses profissionais e sua repercussão no processo de construção da notícia. É o que se pode depreender das etnografias realizadas por Travancas (2011) e Pereira (1998).

Pereira (1998) evidencia como a busca por prestígio e *status*, que depende do reconhecimento dos próprios pares, molda as ações dos jornalistas. Observa que o acesso a informações, a divulgação e o ordenamento dos dados obtidos são realizados tendo em vista, também, expectativas de chefes e colegas. A forma de trabalhar é regida por uma “etiqueta” que deve corresponder à posição ocupada na hierarquia interna.

A tentativa de obter reconhecimento dos colegas, especialmente dos superiores, é perceptível também em reuniões coletivas, quando entra em jogo a distribuição dos espaços do jornal.

Como em um mercado onde os vendedores disputam o cliente baixando seus preços e apregoando as vantagens de se obter o produto, nas reuniões (*de Pauta, de Editoria e de Consolidação*) os jornalistas relatam seus assuntos com empolgação (cujo grau varia de um assunto para outro), de modo a despertar o interesse dos colegas e sensibilizar o editor-chefe, ou um presente que pertença a um alto nível hierárquico, para a importância do assunto que está relatando – ou *vendendo*. É comum as pessoas começarem sua apresentação com frases do tipo “... tenho uma matéria que merece chamada na primeira página”. (PEREIRA, 1998, p. 73).

Travancas (2011) também vislumbra a busca incessante pelo “furo” como uma ação paradigmática da conquista de notoriedade. Afirma que a obtenção

de informações exclusivas representa uma oportunidade para retirar o jornalista do anonimato. Previsto no código da profissão, esse tipo de atitude é compreendido e aceito no meio, mas dentro de certos limites.

Há situações em que a tentativa de sair na frente entra em conflito com regras informais que preconizam a solidariedade. Na cobertura de eventos não exclusivos, há, entre a classe, um acordo de compartilhamento de informações. Em geral, repórteres de diferentes veículos que chegam atrasados ao local do acontecimento solicitam ajuda dos colegas e são prontamente atendidos. É comum os profissionais trocarem opiniões sobre o que vão colocar na matéria e mesmo partilharem textos.

Pereira (1998) nota que ajudar é um ato, ao mesmo tempo, obrigatório e voluntário. Não ser "generoso" implica ser visto como um companheiro desleal e ser excluído das cadeias de troca.

Um exemplo de "deslealdade" ocorreu na ocasião em que uma bala perdida foi encontrada no Palácio da Cidade, próximo ao prefeito César Maia. Por conta desse acontecimento, repórteres de diversos veículos de comunicação estavam no local apurando suas informações. O assunto era um tema não exclusivo, fato que gera certa uniformidade de cobertura feita por todos os presentes. Só que um repórter do *Correio da Cidade*, não se sabe como, pegou a bala que quase atingira o prefeito e levou-a para a redação do jornal para o qual estava trabalhando, onde se fez uma foto exclusiva dela. Essa história foi ouvida na redação da *Folha do Rio*, onde duas repórteres comentavam o fato e diziam, revoltadas, como o *coleguinha* (designação pejorativa para os colegas de profissão) era desleal e merecia "ser queimado na praça". (PEREIRA, 1998, p. 18).

Respeitar os limites entre a competição e a cooperação é um critério para estabelecer e consolidar laços de amizade com os demais membros da comunidade profissional em um ambiente no qual Pereira (1998) e Travancas (2011) observam que tudo passa pelas relações pessoais. Compartilhar informações, dar uma carona, tomar um chope e frequentar a casa dos colegas são ações que podem abrir portas para novos empregos, promoções, aumentos de salário etc.

A importância das relações pessoais na construção da notícia é visível também no relacionamento com as fontes. A publicação de matérias favoráveis aos informantes é um recurso do qual os jornalistas lançam mão para garantir colaborações futuras. Isso, claro, respeitando limites éticos. "Fazer uma matéria elogiosa não é crime nem é malvisto pela categoria, desde que isso não seja percebido como um *trampolim* para a obtenção de favores ou informações" (TRAVANCAS, 2011, p. 59).

No ato da entrevista, também é perceptível uma tentativa de aproximação. Pereira (1998) descreve esse momento como um jogo de sedução, no qual o jornalista procura deixar seus informantes à vontade. Tratar as fontes como conhecidas, misturando conversas pessoais e apuração, e deixá-las falar "como se estivessem conduzindo a apuração de uma matéria" são alguns dos artifícios empregados pelos jornalistas.

A interferência das relações pessoais na construção dos noticiários também pode ter efeitos negativos e excepcionais. Pereira (1998) relata que presenciou uma situação na qual um editor, para agradar politicamente a um jornalista com quem mantinha relações próximas, concedeu destaque maior que o esperado à sua matéria. O editor foi repreendido pelo editor-chefe.

Isto porque a seleção e a hierarquização de notícias em geral são realizadas com base em critérios jornalísticos, conhecidos como valores-notícia. Parte integrante da visão de mundo desses profissionais, tais filtros são por eles compartilhados. É o consenso em relação a essas formas de classificação – e a agilidade em sua aplicação – que viabilizam a construção diária de um jornal (cf. TRAVANCAS, 2010).

Embora sejam socialmente compartilhados pela comunidade profissional, os valores-notícia assumem diferentes graus de relevância, de acordo com o veículo e mesmo com a editoria. Nestas circunstâncias, estudos etnográficos podem ajudar a mapear seu emprego na construção de noticiários. É o que faz Silva (2010) ao analisar a cobertura realizada por um veículo da grande imprensa carioca acerca de um tema específico: a violência urbana.

A partir do acompanhamento das rotinas – especialmente das reuniões de pauta – da editoria responsável pelo tema, o antropólogo pôde verificar que o noticiário sobre violência urbana do jornal asentava-se sobre três critérios principais. Em primeiro lugar, figuravam as hierarquias internas. A despeito dos valores-notícia apresentados na defesa de uma matéria, a decisão final sobre sua publicação, ou não, bem como sobre o espaço a ser-lhe destinado, competia a quem detinha a maior posição hierárquica.

Em segundo lugar, adquiria relevância na seleção dos acontecimentos sobre violência urbana publicados no jornal também a situação socioespacial da notícia, a localidade na qual ocorre. O grau de “noticiabilidade” dos acontecimentos variava de acordo com sua distribuição geográfica nos espaços ocupados pelo público leitor: quanto mais próxi-

mo deste, maior a chance de adquirir visibilidade no jornal, o contrário ocorrendo com acontecimentos espacialmente distantes.

Por fim, ganhava destaque como critério definidor do noticiário o que Silva (2010) denomina cobertura de segurança pública. Caracterizada como uma nova perspectiva de abordagem dos fatos criminais, ela priorizava matérias com amplo aporte informativo, em detrimento dos casos policiais isolados, com vistas a promover o debate social e a exercer pressão por políticas públicas.

Mas o que explica a proeminência desses valores-notícia em detrimento de outros? Silva (2010) evidencia que esses critérios encontram-se associados a uma representação social singular da violência urbana, acionada na seleção e hierarquização dos acontecimentos: aquela advinda especificamente da classe média, que constitui o público leitor do jornal.

Não é, portanto, qualquer fato violento que extrapola os limites da esfera privada para irromper no espaço público criado pelo veículo, mas somente aqueles coletivamente encarados como tais por seu público-alvo. Inserem-se nessa representação acontecimentos associados à atuação do tráfico no Rio de Janeiro, uma vez que foi a partir da difusão da venda de drogas que a violência passou a ser encarada como um problema por esses habitantes da cidade.

Considerações finais

Os trabalhos antropológicos brevemente analisados enriquecem o entendimento do processo de construção da notícia, acrescentando-lhe nuances não observadas por outras áreas do saber, que complementam e, em alguns casos, até levam à relati-

vização de asserções recorrentes quando se busca compreender a conformação dos noticiários.

A tendência à homogeneização das coberturas de diferentes veículos, por exemplo, comumente explicada em termos econômicos – como resultado da concorrência – ou ideológicos – como fruto da hegemonia de determinadas visões de mundo –, ganha maior complexidade. Sob o olhar antropológico, o que se vê operar é a solidariedade em uma comunidade profissional.

Entender como os habitantes de um meio, caracterizado como um campo social no qual são travadas lutas pela acumulação de poder simbólico, comportam-se na busca pela diferenciação social permite vislumbrar como as atitudes desses agentes, microscópicas para serem observadas por outras ciências, vão refletindo no produto final de seu trabalho. Estudos como esses conferem, portanto, como notou Geertz (1989, p. 33-34), “atualidade sensível” aos megaconteitos, possibilitando, não só pensar concretamente sobre eles, mas criativa e imaginativamente com eles.

É o que se percebe, também, em relação aos valores-notícia. De aplicação variável segundo circunstâncias, como o veículo e a editoria, eles só podem ser compreendidos em sua riqueza a partir de observações de inspiração etnográfica. É o colorido da realidade concreta que enche de vida essas pálidas formas.

Referências

CAIAFA, J. **Aventura das cidades**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CARDOSO, R. C. L. Aventuras de antropólogos em campo ou como escapar das armadilhas do método. In: CARDOSO, R. C. L. (Org.).

A aventura antropológica: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

DA MATTA, R. **A casa & a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

DA MATTA, R. O ofício do etnólogo, ou como ter "Anthropological Blues". In: NUNES, E. de O. (Org.). **A aventura sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

DICKEY, S. La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación. **Revista Internacional de Ciências Sociais**, UNESCO, n. 153, p. 1-23, 1997. Disponível em: <www.unesco.org/issj/rics/153/dickeysa.html>. Acesso em: 10 mar. 2000.

GEERTZ, C. "Do ponto de vista dos nativos": a natureza do entendimento antropológico. In: GEERTZ, C. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis: Vozes, 2000.

GEERTZ, C. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

MALINOWSKI, B. Objetivo, método e o alcance desta pesquisa. In: GUIMARÃES, A. Z. **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980.

PARK, R. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

PEREIRA, S. G. N. **A construção da notícia em dois jornais cariocas: uma abordagem etnográfica**. 1998. 119f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998.

SCHUDSON, M. **The power of news**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University, 1995.

SILVA, E. M. A. da. **Notícias da violência urbana: um estudo antropológico**. Niterói: UFF, 2010.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

SPITULNIK, D. Anthropology and Mass Media. **Annual Review of Anthropology**, v. 22, p. 293-314, 1993. Disponível em: <<http://www>>.

annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.an.22.100193.001453?journalCode=anthro>. Acesso em: 05 mai. 2011.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004. v. 1.

TRAVANCAS, I. **O mundo dos jornalistas**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2011.

TRAVANCAS, I. Etnografia da produção jornalística: estudos de caso da imprensa brasileira. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 2, 2010. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/index.php/bjr/article/view/26>>. Acesso em: 15 abr. 2011.

TRAVANCAS, I. Por uma antropologia da comunicação: a construção de um campo e suas pesquisas. **Ilha**, v. 10, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/6718>>. Acesso em: 15 mai. 2011.

TUCHMAN, G. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias, "estórias"**. Lisboa: Veja, 1993.

VELHO, G. Observando o familiar. In: VELHO, G. **Individualismo e cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

VIZEU, A. O *newsmaking* e o trabalho de campo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.